



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Neo- czy postneo-telewizja? : oblicze polskiej telewizji na przykładzie poradników kulinarnych

Author: Aleksandra Kalisz

Citation style: Kalisz Aleksandra. (2018). Neo- czy postneo-telewizja? : oblicze polskiej telewizji na przykładzie poradników kulinarnych. W: T. Gęsina, W. Wilczek (red.), "Kuchnia w języku i kulturze dawniej i dziś" (S. 62-74). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

ALEKSANDRA KALISZ

Instytut Języka Polskiego im. Ireny Bajerowej
Uniwersytet Śląski w Katowicach

Neo- czy postneo-telewizja? Oblicze polskiej telewizji na przykładzie poradników kulinarnych

SŁOWA KLUCZOWE: gatunki telewizyjne, gatunki w formie kolekcji, poradnik kulinarny

I wszystko, co robimy jest próbą powrotu? [...] Jak to jest? Że im szersze zataczamy kręgi, tym wyraźniejszy jest środek tego krążenia i tym silniejsze przyciąganie?

STASIUK, 2014: 105

Wszechobecne nowe technologie zdają się przekraczać granice niemożliwego, otwierając przed masowym odbiorcą drzwi do świata takich doznań sensorycznych, o jakich niespełna trzy dekady temu nie sposób było pomyśleć. Inteligentne urządzenia, zewsząd otaczające użytkowników, z jednej strony wzbudzają podziw i zachwyt nad tym, co nowe, z drugiej zaś wywołują lęk przed nieznanymi możliwościami, a co za tym idzie – następstwami niepohamowanego rozwoju. Możliwości, jakie dziś niesie współczesna telewizja, z całą pewnością przerosłyby najśmielsze oczekiwania jej wynalazców. Wraz z postępem myśli technicznej doszło bowiem do przemian, których skutkiem jest telewizja nowej generacji, będąca na usługach widza, dopasowana do jego czasu i potrzeb. Paradoksalnie w jej wnętrzu nie doszło do znaczących zmian na poziomie genologicznym. Unowocześnieniu uległa jakość przekazu i sposób jego odbioru. Okazuje się jednak, że dobór gatunków reprezentujących poszczególne stacje jest od wielu lat stały.

* * *

Niniejszy artykuł jest próbą ukazania przyczyn od lat przeobrażającej się przestrzeni telewizyjnej. Dzięki wybranym programom kulinarnym (*Okrasa łamie przepisy*, *Ewa gotuje*, *Makłowicz w podróży* i *Ugotowani*) możliwe będzie uchwycenie roli tematyizacji oraz genologicznych osobliwości w zachodzących przemianach analizowanego medium. Istniejące od lat modele paleo- i neo-telewizji zostaną zestawione z proponowaną postneo-rzeczywistością. Wydaje się ona odpowiadać na dynamiczny rozwój audiowizualnego medium, któremu teoretycy przedmiotu wieścili upadek jeszcze zanim na dobre zagościło w domu przeciętnego użytkownika.

* * *

Wykryształizowana jeszcze przed okresem transformacji systemowej ramówka polskiej telewizji składała się z: **teatru**, **kabaretu**, stopniowo powstających **teleturniejów**, **serwisu wiadomości** (w tym także **prognozy pogody** i **serwisu sportowego**), **widowisk sportowych** oraz **muzycznych**, **filmów** i **seriali fabularnych**, **reportaży**, **wywiadów**, **dyskusji** oraz rozmaitych **poradników** (KOZIEŁ, 2003). Z początkiem lat dziewięćdziesiątych, wraz z pojawieniem się stacji komercyjnych, ów wachlarz gatunków został wzbogacony o: **talk-show**, **listę przebojów**, **reality show**, **telezakupy** i **telewizję śniadaniową**, a także o gatunki pojawiające się w przestrzeni telewizyjnej okazjonalnie, jak: **orędzie**, **debatę** czy **konsultacje** (OŹDŻYŃSKI, 1995; KITA, 2004). Można więc odnieść wrażenie, że komercyjne kanały telewizyjne przyczyniły się do rozkwitu gatunków nieznanych dotąd polskim widzom, dając tym samym poczucie bogactwa i różnorodności w obrębie tego medium. Jednak zaraz na początku nowego stulecia ów urodzaj zaczął stopniowo zanikać, a to za sprawą **telewizji tematycznych** powstających u boku stacji ogólnotematycznych (tzw. stacji matek). Wraz z ich pojawieniem się doszło do migracji rozmaitych gatunków, nie wyłączając w tym także wiernych im odbiorców. Ta sytuacja sprawiła, że współczesny kanon generyczny reprezentowany przez główne stacje zaczął przypominać pod względem ilościowym ten sprzed okresu transformacji. Każda telewizja macierzysta pozostawiła pewien typowy dla siebie zespół gatunków, kreując w ten sposób sobie wiadomy obraz świata. Pozostałe formy podzieliła między stacje córki, które za sprawą określonej tematyki również ukształtowały własną rzeczywistość medialną. W ten sposób poszczególne kanały stały się domeną określonych gatunków o sprecyzowanym przekazie, w czym z pewnością należy upatrywać odmasowienia współczesnej telewizji.

* * *

Spośród wielu gatunków występujących w ostatnich latach w przestrzeni publicznej niezwykle ekspansywny zdaje się **poradnik**. Wyrażne zapotrzebowanie rynku na rozmaite książki, czasopisma, audycje radiowe czy telewizyjne, a także bogatą gamę portali internetowych, w tym kanałów czy blogów o tematyce poradnikowej, niezwykle sprzyja rozwojowi tego gatunku. Wszechobecność poradników jest tylko dowodem na to, że chłonny rynek najwyraźniej jeszcze się nie nasycił wielością pozycji, które stanowią kompendium wiedzy na temat otaczającego nas świata, udzielając odpowiedzi na pytania nurtujące współczesnego człowieka. Głęboko zakorzeniony w każdym z tych produktów kontekst udzielania porad przyczynia się jednak do poszerzania grona eksperckiego, czyniąc specjalistę niemal z każdego użytkownika sieci, co zdaje się odbiegać od pierwotnego zamysłu tego gatunku (KALISZ, w druku).

Słowo *poradnik* u początków swojej kariery oznaczało wykonawcę czynności, a więc tego, kto udziela wskazówek czy pouczeń. Wśród osób, do których zwracano się z prośbą o radę, byli zazwyczaj mędrcy i kapłani darzeni zaufaniem, budzący powszechny szacunek danej społeczności (FICEK, 2013).

Utrwalone w przestrzeni publicznej mądrości przekazywane ustnie z czasem zaczęły przyjmować postać tekstów użytkowych, czyniąc zwykłą poradę „niezwykłym” poradnikiem. Owa niezwykłość wynika ze złożoności tego gatunku. Cechuje go bowiem znaczna elastyczność umożliwiająca adaptowanie obcych wzorców gatunkowych, a także „mechanizm działań naśladowczych pozwalający na odnawianie się tych form w kolejnych realizacjach tekstowych” (FICEK, 2013: 54). Brak skodyfikowanych norm sprawia, że przywołany gatunek pozbawiony jest wyraźnej struktury, co sprzyja uleganiu licznym przekształceniom, a także uzdalnia omawiany twór do szybkiej aklimatyzacji w zupełnie nowym otoczeniu.

Poradnik stanowił część strumienia telewizyjnego niemal od początku jego kształtowania się. Pierwsze widowiska audiowizualne o funkcji doradczej najczęściej dotyczyły spraw technicznych. Z czasem popularne stały się poradniki językowe. Przy użyciu teleodbiornika możliwe było także zgłębienie wiedzy na temat prowadzenia własnego domu czy ogrodu. Wraz z poszerzeniem oferty telewizyjnej o kanały tematyczne powiększyła się liczba programów, co z kolei przyczyniło się do wzrostu poradników w obrębie każdej spółki telewizyjnej. W niedługim czasie niemal każda stacja posiadała już w swojej ramówce poradnik, czyniąc z doradztwa charakterystyczny styl porozumiewania się z widzem. Doskonale znany z lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku pe-

dagogiczny model komunikacji ponownie daje o sobie znać, choć w nieco zmienionej formie (KALISZ, w druku).

Wśród współczesnych programów o zabarwieniu poradnikowym niebawem popularnością cieszą się cykle dotyczące gotowania. Obecnie niemal każda stacja telewizyjna uwzględnia w swoim paśmie magazyny, które z kuchennych porad uczyniły swój sposób komunikowania się z widzem. Niewątpliwie świadczy o tym również rosnąca w ostatnich latach liczba kanałów tematycznych oferujących tak zagraniczne formaty telewizyjne, jak i rodzime programy zogniskowane wokół szeroko pojętej tematyki kulinarnej. Jedną z tego typu produkcji jest program *Ewa gotuje* osadzony w strumieniu telewizyjnym polskiej stacji komercyjnej¹. Udzielana widzowi pomoc skupiona jest wokół kuchni, gdzie gospodyni programu – tytułowa Ewa – dzieli się z widzami autorskimi przepisami kulinarnymi. Program wyróżnia się wyraźnie zarysowaną strukturą, co pozwala bez przeszkód na określenie jego miejsca w strumieniu nadającej go stacji. Ramę tekstową określają sygnały, do których należą: czołówka, tytuł, liczne metateksty, porządek następujących po sobie elementów programu oraz formuły powitania i pożegnania. Do symptomów delimitacji zaliczyć zaś można: zapowiedzi tematów czy bloków reklamowych, zaproszenie na kolejny program, a także kinezykę prowadzącej. Bogaty wachlarz wyszczególnionych elementów sprawia, że odcinki analizowanego programu nie są zawieszone w telewizyjnym strumieniu, ale stanowią wydzielony konstrukt, co niewątpliwie czyni je audiowizualnym tekstem.

Czołówka jest znakiem rozpoznawczym omawianej audycji. Dzięki niej widz jest w stanie odróżnić występujące w tej przestrzeni konstrukcje. Nie zawsze jednak zostaje ukazana w pierwszej kolejności. Niekiedy zapowiedź programu – pierwsze zdanie wypowiedziane przez prowadzącego albo lektora – stanowi sygnał do rozpoczęcia danego odcinka. Krótka zapowiedź występująca również w innych audycjach przybliża tematykę realizowaną przez poradnik i jednocześnie zachęca do pozostania dłużej przed ekranami telewizorów. Czołówka wraz z tytułem programu zostaje więc przesunięta w czasie.

W porównaniu z praktyką stosowaną przed laty dzisiejsza telewizja coraz częściej wykorzystuje chwyt *in medias res*. Podobnie dzieje się z czołówką telewizyjnych serwisów wiadomości, które rozpoczynają się od obrazkowych migawek powstałych z części zasadniczej tekstu, stając się wyraźnym sygnałem identyfikacyjnym dla omawianego programu. Czołówka jest zatem komponentem delimitacyjnym, służy przejściu od zapowiedzi oglądanego programu do widowiska właściwego.

¹ Program kulinarny *Ewa gotuje* nadawany jest przez spółkę Cyfrowy Polsat.

Zdania inicjalne występujące w omawianym poradniku przybierają bardziej zróżnicowaną formę powitalną i pożegnalną, niż ma to miejsce w serwisach wiadomości czy prognozie pogody. Powitalna formuła grzecznościowa typu: „Dzień dobry, witam Państwa serdecznie” pojawia się niezwykle rzadko, a zamiast niej występuje szereg zdań inicjujących temat danego odcinka, będących symptomami delimitacyjnymi początku. Przykładem tego są zdania: „Dzisiaj coś dla wielbicieli ryb” albo „Tym razem smaki dzieciństwa...”. W programie *Ewa gotuje* nie ma więc utartych schematów rozpoczynających program, a każdy cykl otwiera zupełnie nowa formuła.

Niekonwencjonalnego kształtu przybiera też formuła zamykająca każdy program. Symptomy końca, a więc prezentacja efektu wykonanej pracy w kuchni, stanowi podsumowanie mijającego odcinka. W tej przestrzeni jest również miejsce na składniki autopromocyjne nadchodzącego programu: „A w kolejnych odcinkach [...]” albo „Oglądajcie kolejne odsłony naszego programu”.

Do tej pory w przestrzeni omawianego widowiska wyraźnie zarysowały się symptomy i sygnały oralne. Na uwagę zasługują również liczne elementy kodu ikonoczno-pisanego. Wszak przywołany magazyn w celu komunikowania się z widzem wykorzystuje ruchome bądź statyczne banery, a także rozmaite plansze, które wnoszą dodatkową treść do przekazu właściwego każdego odcinka. Towarzyszące widowisku gatunki paratekstowe funkcjonują często jako niezależne byty. Ukazywana więc w lewym górnym rogu plansza ze składnikami na konkretny przepis kulinarny może istnieć w oderwaniu od programu.

Poradnik audiowizualny zakłada masowość. Nie jest indywidualnym wskazaniem, receptą skierowaną do konkretnej jednostki. Zbudowany na fundamencie porady w obrębie telewizji przyjmuje globalny wymiar, co sprawia, że płynąca treść oraz sposób przekazu ze względu na miejsce występowania muszą być uniwersalne.

Choć współczesna telewizja próbuje na wiele sposobów zaprzyjaźnić się z widzem, czego doskonałym przykładem jest coraz częściej występujący na tym obszarze familiarny styl wypowiedzi (BONIECKA, 2012), relacja zachodząca między nadawcą a gronem odbiorców nie jest równorzędna. To udzielający porad czy wskazówek ma wiedzę, której brakuje odbiorcy. Informując widza o zjawiskach dla niego zupełnie nowych, otwiera przed nim nieznane do tej pory możliwości radzenia sobie z konkretnym problemem. Poprzez zastosowanie rozmaitych dyrektyw (polecenia, zachęty, życzenia, ostrzeżenia, zalecenia, wskazówki, napomnienia, rady) przyjmuje rolę eksperta.

Świat przedstawiony wybranego poradnika jawi się jako twór doskonale odwzorowujący dobrze znaną widzowi rzeczywistość pozatele-

wizyjną. Jednak mimo niezwykle realistycznej problematyki poruszanej w poszczególnych odcinkach, zaprojektowane otoczenie jest zaledwie imitacją tego, co w rzeczywistości należałoby określić mianem życia codziennego. Świat kreowany przez telewizyjne programy stanowi nieskomplikowany mechanizm powiązań. Przedstawiony problem zostaje bowiem za sprawą wskazówek specjalistów czy ekspertów rozwiązany jeszcze tego samego dnia, dając poczucie wszechmocności tego medium. Pojawiające się tu komunikaty pełnią zatem funkcję magiczną, co sprawia, że telewizja wciąż roztacza przed swoją publicznością swoisty nimb niesamowitości. Oprócz chęci wzbudzenia u widza podziwu jej nadrzędnym celem jest nadal silna potrzeba edukowania. Czyini to właśnie za sprawą różnego rodzaju poradników. Współczesne magazyny odbiegają jednak od pierwszych tego typu widowisk. Dziś tematyka poradników coraz częściej dotyczy spraw niezwykle błahych, a rady skupiające się wokół kulinariów czy sposobów porządkowania mieszkania są dowodem na to, że telewizja przejęła rolę mentora, którą do niedawna pełnili jeszcze najstarsi członkowie rodziny.

Podział telewizji pod względem tematycznym przyczynił się do powstania wielu programów poradnikowych silnie związanych z motywem przewodnim poszczególnych stacji. Obecnie niemal każdy kanał tematyczny posiada w swojej ramówce widowisko, którego nadrzędnym celem jest oferowanie szerokiej gamy pożytecznych wskazań. Telewizja w obrębie poradnika wprowadza jednak liczne modyfikacje, starając się sprostać oczekiwaniom masowego odbiorcy. Dzięki temu adaptuje składniki teleturnieju, reportażu, wywiadu czy konsultacji, czyniąc z tego gatunku *quasi-teleturniej* czy *quasi-reportaż*.

Zestawienie poradnika z reportażem doskonale obrazują magazyny kulinarne nadawane w telewizji publicznej – *Okrasa łamie przepisy* oraz *Makłowicz w podróży*². Już same tytuły przywołują na myśl tematykę dotyczącą gotowania. Dzieje się tak za sprawą nazwisk prowadzących silnie utożsamianych z poradnictwem kulinarnym. O ile jednak w pierwszym tytule odbiorca nie dopatry się znamion ekspedycji w nieznanne zakątki świata, o tyle w drugim przypadku może spodziewać się, że określona problematyka podejmowana będzie w podróży. Drugi człon tytułu otwiera publiczność na inną recepcję dobrze znanego gatunku. Jeśli zatem pierwsze widowisko tytułem nie uprzedza odbiorcy o podróżniczych zamiarach nadawcy, ów zamiar uwydatnia się już w czołówce programu, a także w formule powitalnej: „Witajcie Moi Drodzy! Zapraszam was w kolejną kulinarną podróż”. Karol Okrasa staje się więc kulinarnym przewodnikiem, a miejsce poszczególnych wy-

² Oba programy emitowane były zarówno przez stację TVP1, jak i TVP2.

praw jest tylko pretekstem do tego, by zaprezentować w danym odcinku składnik będący głównym tematem przygotowywanego dania. Z kolei Robert Makłowicz w pierwszej kolejności przyjmuje rolę przewodnika-turysty, co wyraźnie zaznacza się w zdaniu rozpoczynającym program: „Wspaniałe andaluzyjskie miasto Kordoba, Szanowni Państwo, słynie z dwóch rzeczy – cudownych zabytków oraz niemożliwego upału”. Czy innym razem: „Jestem, Szanowni Państwo, w północnej części Niemiec. Czy może być coś równie pięknego jak świeże kartoflisko z rana?”. Prowadzący przedstawia więc widzowi w miarę szczegółowy obraz miejsca, w którym się znajduje. Skrupulatne opisy danego miejsca, jego historia, a także ciekawe fakty z nim związane wysuwają się na pierwszy plan, czyniąc podróż motywem przewodnim każdego odcinka. Dopiero przybliżenie specyfiki danego regionu umożliwia przejście do świata smaków i zapachów odwiedzanej kuchni.

Każdy z wyróżnionych programów oparty jest na formule poradnika kulinarnego, który nie odbiega daleko od omawianej konwencji magazynu *Ewa gotuje*. Przywołane magazyny w typowy jednak dla siebie sposób realizują zamyśl klasycznego poradnika. Zalecenia dotyczące metody przygotowywania danych potraw zostają zaprezentowane w zupełnie innych warunkach. Znika bowiem przestrzeń domowej kuchni zastąpiona plenerem związanym z tematyką danego odcinka. Dodatkową zmianą, jaką wprowadzają analizowane widowiska, jest występowanie u boku gospodarza programu osób trzecich, co niewątpliwie uruchamia mikrosytuację telewizyjną, której nie było we wzorcowym modelu tego gatunku. Do tej pory wszelkie wskazania kierowane były bezpośrednio do widza. Tym razem występujący goście stają się dodatkowo odbiorcami konkretnych wskazówek prowadzącego. Komunikacja jednokierunkowa zostaje więc wzbogacona o sprzężenie zwrotne zachodzące między realnymi uczestnikami aktu, których łączy jedność czasu i miejsca.

To, co wyróżnia przywołane magazyny spośród wielu tego typu widowisk, to nieczystość formy. Poradnik zostaje bowiem zmaćniony wyrażnymi elementami reportażu podróżniczego. Przez dobrze znany odbiorcy gatunek przebija więc inny model genologiczny. Owe przebitki gatunkowe, do których bez wątpienia można zaliczyć wspomniane widowiska, różnią się od wcześniej omawianych przez Marię Wojtak (2015) adaptacji nieostrością lub brakiem sygnałów strukturalnych. Charakteryzują się także dość znaczną redukcją typowych cech gatunku źródłowego oraz palimpsestową budową tekstu. Za składniki, które zostały zaanektowane na potrzeby rodzącego się poradnika, należy uznać (oprócz opisów miejsc i komentarzy odautorskich dotyczących odwiedzanych regionów świata) wypowiedzi lokalnej ludności znajdu-

jącej się w przestrzeni turystycznych zainteresowań gospodarza programu. Jej specyfika przejawia się w funkcji, jaką pełni w ukazującym się obrazie świata. Uczestnicy sporadycznie prowadzonych rozmów stanowią nierozzerwalny składnik przestrzeni, w jakiej pojawia się gospodarz programu. Nie ma tu zatem mowy o ekspertach, ale samych tubylcach, co niewątpliwie odsyła widza w głąb struktury reportażu. Nader ważna jest również sama tematyka podróży, która nie tylko ułatwia porządkowanie omawianych przepisów kulinarnych, ale również wyrażenie wpływa na sposób przekazywania porad, poszerzając tym samym ich zakres o dodatkowe dziedziny. Podróżnicy, skupiając się na miejscu, w którym się znajdują, przekraczają bowiem kompetencje eksperta kulinarnego i tym samym wchodzi w rolę przewodnika turystycznego. Porady na temat sposobów zwiedzania danego regionu, rozmowy z mieszkańcami, a także obserwacja ich życia codziennego pozwalają na ciągłą ingerencję w istotny komponent reportażu podróżniczego, a mianowicie perspektywę samego podmiotu (WITOSZ, 2007). Mimo tak wielu pełnionych funkcji, obaj prowadzący nie są w stanie uciec przed najważniejszą rolą, jaką na co dzień odgrywają w przestrzeni życia publicznego. W przeżyciu przeciętnego widza jawią się przecież jako doradcy w sprawach kulinarnych. Nie dziwi zatem, że po prezentacji danego zakątką świata przechodzą do swoich typowych zajęć.

Na styl poszczególnych magazynów niemały wpływ ma także osoba samego doradcy. W sposobie prowadzenia narracji u każdego z gospodarzy można dopatrzeć się pewnych osobniczych elementów języka. Za przykład niech posłużą charakterystyczne zwroty adresatywne stosowane przez obu prezenterów. Karol Okrasa zwraca się do odbiorców, pomijając wszelkie formy oficjalne. Przy użyciu zaimków osobowych *ty* czy *wy* zmniejsza dystans między światem nadawcy a światem odbiorcy, podczas gdy Robert Makłowicz wtrącanym niemal do każdego zdania zwrotem: *Szanowni Państwo* buduje szacunek, stwarzając odpowiedni dystans. W obu przypadkach mamy do czynienia z rejestrem neutralnym języka potocznego, niekiedy o nachyleniu emocjonalnym, czego przykładem jest tendencja do nadmiernego stosowania przez obu prowadzących form deminutywnych typu: *troseczkę*, *miseczka*, *dzbanuszek*, *śmietanka* i inne. Za wyróżnik stylu osobniczego R. Makłowicza z pewnością uznać należy sposób opisu miejsc, do których zabiera widza. Ze zwykłego kartofliska jest w stanie uczynić miejsce niezwykle. W obu przypadkach narracja ma stworzyć doskonałe podłoże do snucia opowieści kulinarnej o regionie, do którego zostają przeniesieni widzowie.

Świat budowany poprzez ten rodzaj programów odkrywa przed odbiorcą miejsca nieznane lub ukazuje przemierzone szlaki z zupełnie

innej perspektywy. Zarówno K. Okrasa, jak i R. Makłowicz docierają do zakątków niedostępnych przeciętnym turystom, czyniąc nowym to, co w pierwszej chwili znane. Telewizyjne obrazy odsyłają widza do świata niezwykłych smaków, wprowadzając w ruch zjawisko synestezji. Ukazywana rzeczywistość jest jednak zlepkiem scen spreparowanych na potrzeby tego medium. Zakrzywiony zostaje bowiem czas ekspedycji. Cała wyprawa może zamknąć się w perspektywie jednego odcinka. W tym przypadku wybór odpowiednich warunków pogodowych czy właściwych ujęć ponownie świadczy o magii, jaką rozpościera przed publicznością współczesna telewizja.

Kolejnym przykładem wyraźnej ingerencji w kształt poradnika jest program *Ugotowani*³. Wspomniany gatunek w tym przypadku przybiera formę swoistego palimpsestu, pod którego warstwą wyraźnie zarysowany zostaje inny gatunek. W programie bierze udział czworo uczestników. Nieznane sobie wcześniej osoby spotykają się w swoich domach po to, by przygotować dla siebie obiad, który staje się przedmiotem rywalizacji między uczestnikami. W magazynie o gotowaniu z wyraźnie zarysowaną linią poradnika przebijają się elementy typowe dla teleturnieju. Udział uczestników został bowiem tak pomyślany, by oprócz wprowadzenia mikrosytuacji telewizyjnej dodatkowo wzbogacić ją o rywalizację między przebywającymi tu uczestnikami. Dodatkowym bodźcem wzmagającym tę rywalizację jest wygrana pojedynczego odcinka. Oba wyszczególnione elementy są dowodem na to, że poradnik wchłania składniki typowe dla innego gatunku, czyniąc komunikat znacznie bardziej nieprzewidywalnym. Doradca i uczestnik w jednej osobie staje się zarazem jurorem, oceniając zmagania pozostałych graczy. W magazynie bez przeszkód odnaleźć można cechy typowe dla telewizyjnych poradników. Gotujący chętnie dzielą się z widzami swoimi przepisami, wprowadzając szereg zaleceń niezbędnych do przygotowania określonego dania. Jednak w przeciwieństwie do trzech poprzednich magazynów główny prowadzący zostaje zastąpiony głosem zza kulis, inaczej zwanym głosem z *offu*, który przyjmuje rolę komentatora zachodzących wydarzeń. Wykorzystywana do tego celu narracja auktorialna doskonale zarysowuje fabułę kolejnego odcinka. Narrator nie tylko opisuje uczestników biorących udział w programie, ale w typowym dla siebie ironicznym stylu komentuje ich kulinarne zmagania. Komentarzem zostają również uzupełnione wypowiedzi bohaterów programu. Zdania typu: „Oj, Gosiu, Gosiu, chyba nie potrafisz powstrzymać się od ukąśliwych uwag” albo „Ktoś tu komuś zazdrości”, to tylko niewielka część wypowiedzi kierowanych pod adresem rywalizujących uczestników. Dzięki tworzące-

³ Program nadawany przez stację TVN oraz TVN Style.

mu się dystansowi do świata przedstawionego głos narratora nadaje niepowtarzalnego charakteru programowi, czyniąc z komentarza pewnego rodzaju znak rozpoznawczy.

Dysponując wyłącznie Bachtinowskim podziałem gatunków na formy proste i złożone, nie sposób oddać pełnego wymiaru przywoływanej struktury. Ma to związek ze sposobem łączenia składników występujących w jej obrębie. Gatunki stanowiące swoistą kolekcję poradnika cechuje bowiem względna autonomia strukturalna, przez co nie tracą pierwotnej referencji. Maria WOJTAK (2006, 2011) ten rodzaj konstruktywów rozpatruje w kategorii osobliwości gatunkowej, a ściślej – gatunków w formie kolekcji, które zawierają różne formy trwale ze sobą występujące w jednej przestrzeni, pod ustalonym tytułem.

Jaskrawy przykład gatunku w formie kolekcji stanowią poradniki występujące w połączeniu z reportażem czy teleturniejem. Oprócz jedności tematycznej w obszarze jednej kolekcji uwydatniona zostaje także pewna jednomyślność funkcyjna. Audiowizualne poradniki zmierzają więc do realizowania kolejno funkcji doradczej, informacyjnej oraz magicznej, pociągając za sobą określone formacje gatunkowe przyłączone na zasadzie przebłyków innych gatunków. Mamy więc do czynienia z poradnikiem, który ściśle łączy się z reportażem. Doskonałym tego przykładem jest program *Makłowicz w podróży*, który anektuje również typowe dla tego gatunku rozmowy z tubylcami, odchodząc tym samym od eksperckich wypowiedzi toczących się zwykle w przestrzeni telewizyjnego studia. Innym razem poradnik przysposabia cechy typowe dla teleturnieju, jak w widowisku *Ugotowani*. Do programu zostają wprowadzone elementy rywalizacji między uczestnikami danego odcinka, motyw nagrody sprowadzający się do walki o tytuł mistrza, a także gro-na jurorskiego, jakie tworzą sami uczestnicy konkretnego odcinka. Występowanie poszczególnych gatunków w przestrzeni danego magazynu odbywa się na prawie równorzędności – wszystkie konstrukty partycypują w jednym wydarzeniu, w jednakowy sposób (WOJTAK, 2006, 2011). Całość jednolitego komunikatu zwieńczona jest tytułem, który w przestrzeni telewizyjnej wprowadza dodatkowe informacje o danym widowisku, stanowiąc jego wyraźny znak identyfikacyjny.

Przywołane programy to tylko niewielka część widowisk telewizyjnych, wśród których dostrzec można swoistą tendencję do mieszania się dobrze znanych gatunków. Połączenie kilku konstrukcji nie zatraca jednak ich genologicznych właściwości. Występowanie w jednej postaci rozpoznawalnych składników pozwala odbiorcy swobodnie wejść w zmieniającą się rzeczywistość telewizyjną, dając poczucie pewnej stałości. To, co nowe, przybiera postać pozornie nowego, niosąc ze sobą oswojone wcześniej formy.

* * *

Przytoczony w tytule niniejszego artykułu nowy model telewizji wydaje się odpowiadać na zachodzące od wielu lat zmiany w analizowanej przestrzeni medialnej. Oto w nowoczesnej telewizji wyklarował się wzorzec łączący medialną rzeczywistość z misyjnością, która dalece odbiega od dydaktyki znanej z początków powstawania tego medium. Wspomniany element edukacyjny zostaje ukazany w nowym wydaniu. Do głosu dochodzi bowiem formuła *edutainment*. Zmianie ulega więc przedmiot nauczania oraz sposób przekazywania wiedzy, który coraz częściej przybiera formę rozrywki. Jak słusznie zauważyli CASETTI i ODIN (1994: 134): „Telewizji, w formie, w jakiej funkcjonuje do dziś, nie można zredukować do mieszanki paleo- i neo-telewizji”. Pozostaje więc wyodrębnić postneo-rzeczywistość, która niejako wznosząc się na podwalinach poprzednich modeli, obrała własną ścieżkę. Podstawą nowej telewizji staje się tematyzacja, w obrębie której krążą niczym po orbicie osobliwe modele genologiczne. Jej nowatorstwo przejawia się już nie tyle w sposobie komunikowania się z widzem, ile w różnorodności tematycznej stanowiącej precyzyjny komunikat, kierowany do konkretnego odbiorcy. Niewymagane jest, by musiała sprostać oczekiwaniom wszystkich odbiorców, skupia się bowiem na konkretnym widzu i to właśnie do niego mówi wybranymi przez siebie gatunkami (KALISZ, 2014).

Źródła i literatura

Źródła

Program telewizyjny: *Ewa gotuje*, prod. Promiss Ewa Wachowicz.
Program telewizyjny: *Makłowicz w podróży*, prod. Makłowicz s.c.
Program telewizyjny: *Okrasa łamie przepisy*, prod. TVP.
Program telewizyjny: *Ugotowani*, prod. TVN.

Literatura

BONIECKA B., 2012: *Językowe świadectwa zażyłości i familiarności na antenie radiowej i telewizyjnej*. W: *Język w mediach. Antologia*. Red. M. KITA, I. LOEWE. Katowice, s. 139–153.
CASETTI F., ODIN R., 1994: *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki*. W: *Po kinie? Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Oprac. A. GWÓDŹ. Kraków, s. 117–134.

- FICEK E., 2013: *Poradnik. Model gatunkowy i jego tekstowe aktualizacje*. Katowice.
- KALISZ A., 2014: *Telewizja tematyczna w obliczu nowych mediów*. „Postscriptum Polonistyczne”, nr 2(14), s. 279–290.
- KALISZ A., [w druku]: *Stacje ogólne i tematyczne polskiej telewizji z perspektywy genologii lingwistycznej*.
- KITA M., 2004: *Medialna moda na dialog*. W: *Dialog a nowe media*. Red. M. KITA. Katowice, s. 171–188.
- KOZIEŁ A., 2003: *Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja Polska czterech dekad 1952–1989*. Warszawa.
- OŹDŻYŃSKI G., 1995: *Niektóre cechy gatunkowe orędzia (w świetle zjawisk z kręgu nowomowy)*. „Poradnik Językowy”, z. 1, s. 15–25.
- STASIUK A., 2014: *Wschód*. Wołowiec.
- WITOSZ B., 2007: *Gatunki podróżnicze w typologicznym ujęciu genologii lingwistycznej*. W: *Wokół reportażu podróżniczego*. T. 2. Red. D. ROTT. Katowice, s. 11–30.
- WOJTAK M., 2006: *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*. W: *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*. T. 15. Red. Z. KRĄŻYŃSKA, Z. ZAGÓRSKI. Poznań, s. 143–152.
- WOJTAK M., 2011: *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*. Red. D. OSTASZEWSKA. Katowice, s. 44–56.
- WOJTAK M., 2015: *Gdy między jest w środku, czyli o przenikaniu się konwencji gatunkowych w konkretnych tekstach (na przykładzie przekazów prasowych)*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 5: *Gatunek a granice*. Red. D. OSTASZEWSKA, J. PRZYKLENK. Katowice, s. 82–93.

Aleksandra Kalisz

Neo- or postneo-television?

The face of Polish television on the basis of the example furnished
by culinary handbooks

KEYWORDS: television genres, genres in the form of a collection, culinary handbook

SUMMARY: The present article is an attempt at presenting the causes of the television space which has been changing for years. An important role in the transformations of the medium which is analysed will be played by thematisation and peculiar genre entities which occupy the television stream with increasing frequency. The source material is constituted by culinary handbooks. The models (which have existed for years) of paleo- and neo-television will be juxtaposed with the proposed postneo-reality, which seems to respond to the dynamic development of the medium whose demise was announced by the theoreticians of the subject even before the medium in question became a staple in the home of an average user.

Александра Калиш

Нео- или постнео-телевидение?
Образ польского телевидения на примере кулинарных программ

Ключевые слова: телевизионные жанры, жанры в форме коллекции, кулинарные программы

Резюме: Настоящая статья является попыткой показать причины преобразующегося уже много лет телевизионного пространства. Существенную роль в изменениях исследуемого медийного посредника будет играть тематизация, а также особенные жанровые виды, всё чаще заполняющие телевизионный поток. Источником материала послужили кулинарные программы. Уже существующие модели палео- и неотелевидения сопоставляются в работе с предлагаемой постнеодействительностью. Как кажется, она может быть ответом на динамическое развитие телевизионного вещания, которому теоретики в этой области предвещали упадок уже тогда, когда оно ещё не успело прижиться в доме среднего пользователя.